

# 以競爭對手的事業表徵作為關鍵字廣告，使消費者誤認業者具有合作關係，公平會開罰！

購買競爭對手事業表徵的關鍵字，要注意廣告整體呈現方式不可讓消費者難以辨識。

■撰文＝陳汝雅  
(公平會製造業競爭處科員)

## 前言

隨著網際網路之普及與電子商務之發展，網站已成為事業爭取交易機會之重要途徑，當網路使用者欲尋找特定事業或商品資訊時，除非已熟知該事業的網域名稱或網址，否則必須藉助搜尋引擎輸入與欲查詢資訊相關的關鍵字，方能於漫無邊際的網際網路空間中過濾出所需資訊，故搜尋引擎扮演帶領網路使用者通往事業網站間之渠道，也因此衍生商業化之付費搜尋服務，亦即關鍵字廣告。

## 案例背景

「小豪包膜」是國內知名手機保護貼、手機殼等手機周邊產品銷售業者，除於民國102年至109年期間陸續註冊6個相關商標，拍攝數十部YouTube影片，並投入資金刊登廣告及拍攝影片。某日小豪包膜員工於Google搜尋引擎網站輸入「小豪包膜」關鍵字，卻發現愛進化公司逕以「小豪包膜」關鍵字，刊登「犀牛盾壯撞貼，手機螢幕小豪包膜-非玻璃防爆保護貼」廣告，故向公平會提出檢舉。

經公平會調查結果，愛進化公司自行向Google網站購買關鍵字廣告服務，並以「小豪」、「小豪包膜」、「小豪包膜 價位」及「小豪包膜 價錢」等詞作為Google搜尋引擎匹配消

費者鍵入文字與搜尋結果之關鍵字，當消費者輸入前揭字串後，搜尋結果即可帶出「犀牛盾壯撞貼，手機螢幕小豪包膜(或小豪、小豪包膜 價位、小豪包膜 價錢等關鍵字)-非玻璃防爆保護貼」關鍵字廣告。若進一步點擊，則會連結至愛進化公司經營之「犀牛盾 | 官方網站-犀牛盾 RhinoShield」網站，網站內容則以提供手機殼、手機螢幕保護貼等相關手機周邊產品訂購、產品介紹及購買優惠為主。

## 關鍵字廣告爭議

「小豪包膜」自創立以來，除以該名稱註冊相關商標，並持續透過拍攝影片、刊登廣告及經營社群媒體等方式推廣其產品，屬「已投入相當程度之努力，於市場上擁有一定之經濟利益」之要件。檢視愛進化公司所刊登關鍵字廣告呈現方式，乃將自有品牌及產品名稱(即犀牛盾壯撞貼)與「小豪包膜」等關鍵字並列(依消費者輸入字串差異帶出不同關鍵字)，再佐以非玻璃防爆保護貼等文字描述，整體易使網路使用者誤認「犀牛盾」及「小豪包膜」具一定合作關係，之後點擊該關鍵字廣告，即會被攔截並導向愛進化公司經營之網站，進而減損「小豪包膜」事業表徵背後所蘊含之經濟利益，已影響國內手機保護貼等相關產品市場交易秩序。

## 結語

愛進化公司使用競爭事業表徵製刊關鍵字廣告，致使Google搜尋結果呈現其自有品牌及產品名稱「犀牛盾壯撞貼」與競爭對手事業表徵「小豪包膜」等關鍵字並列，並搭配廣告文字及自營

網站連結，整體觀察易使人誤以為兩者屬同公司之事業表徵或具有一定關係之效果，屬榨取他人努力成果之顯失公平行為，且足以影響交易秩序，違反公平交易法第25條規定。



廣告 · <https://www.rhinoshield.tw/> ▾

### 犀牛盾 壯撞貼，手機螢幕小豪包膜 - 非玻璃 防爆保護貼

犀牛盾的保護貼 - 犀牛盾2020版撞貼，非玻璃，手機螢幕保護貼，非-Hard的硬玻璃，犀牛盾2020版撞貼，撞貼，提供螢幕保護力，可承受超過10000次以上的衝擊力！無塵比膠，防刮設計，獨家設計，獨家設計，獨家設計，獨家設計，獨家設計，獨家設計，獨家設計，獨家設計。

個人化訂製手機殼 · 聯名設計手機殼 · Mod NX 邊框背蓋兩用殼 NEW · 超過100種風格圖案

關鍵字廣告（圖片來源：公平會）